

DIPLOMADO GESTIÓN DE NEGOCIOS

FUNDAMENTACIÓN

Este Diplomado busca la formación de profesionales que puedan dirigir y gestionar sus unidades de negocios y/o empresas, con una perspectiva integradora y multidisciplinaria. En definitiva, contar con una sólida gestión de negocios que permita agregar valor a sus organizaciones.

OBJETIVO GENERAL

Formular una estrategia de negocios sobre la base de una ventaja competitiva, que se diferencie de la oferta que entregan los otros competidores de la industria.

- Proporcionar una sólida formación en las diferentes áreas de la gestión de negocios.
- Aplicar conceptos, herramientas y modelos a los problemas prácticos de gestión.
- Tomar decisiones de gestión financiera para crear valor en las organizaciones.
- Administrar las relaciones con clientes y proveedores, sobre la base de un concepto moderno y competitivo de la cadena de valor.
- Liderar equipos de colaboradores, de acuerdo al perfil de cada uno de ellos, para que potencien su aporte individual y colectivo a la organización.

DURACION : 120 horas cronológicas

DIRIGIDO A

A todas aquellas personas que se desempeñan en el área de los negocios, cuyo interés sea actualizar o formalizar conocimientos con un enfoque integral, práctico y moderno, en estrecha conexión con la estrategia de negocios y los procesos de cambio de la organización.

METODOLOGÍA

- Clases expositivas e interactivas, donde el alumno realiza y responde preguntas al relator con apoyo de material audiovisual (PowerPoint, transparencias).
- Discusión y análisis colectivo de los principales tópicos con la ayuda del relator, con análisis de casos emblemáticos y ejemplos reales.
- Talleres, dinámicas de grupos y ejercicios prácticos, a ser desarrollados en grupos o en forma individual, de acuerdo a las materias tratadas.
- Lecturas de apoyo acordes a los tópicos tratados, las cuales serán entregadas en forma oportuna al inicio de cada módulo.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Se realizará una evaluación al término de cada temática tratada y al final del curso cada alumno responderá en forma individual una pauta de evaluación en la que constatará los conocimientos adquiridos y las habilidades desarrolladas. Se evaluará con una escala de notas del 1 al 7, con nota 4.0 mínimos para aprobar y una asistencia de un 75%.

PLAN DE ESTUDIO

Módulo 1: Marco General

- Concepto de estrategia.
- Estrategias competitivas y análisis de industria.
- Ventajas competitivas.
- Mapas de posicionamiento.
- Disciplina de la ejecución.
- Análisis de estados financieros
- Marco conceptual para el análisis y la planificación financiera.
- Análisis de estados financieros y gestión financiera.
- Evaluación de proyectos
- Determinación de flujos de caja.
- Valor del dinero en el tiempo. Tasa de descuento.
- Evaluación financiera de proyectos.
- Metodología de evaluación.
- Costo Capital.
- Talleres:
- Integración y trabajo en equipo.
- Técnicas de comunicación y presentaciones efectivas.

Módulo 2: Planificación Estratégica

- Plan de marketing
- Marketing como filosofía de empresa.
- El plan de marketing como parte de la planificación estratégica.
- Conceptos de segmentación, diferenciación y posicionamiento.
- Administración de recursos humanos
- Naturaleza de la organización.
- Diagnóstico y análisis organizacional.
- Planificación y selección de los RR.HH.
- Trabajo integrador I

- Cada grupo de alumnos desarrollará y presentará un plan para un nuevo negocio (o una nueva línea de negocios) que incluya: análisis del entorno y planificación estratégica, plan comercial, planificación de la estructura organizacional y una completa evaluación financiera del proyecto.

Módulo 3: Dirección

- Información contable y gestión financiera
- Asignaciones de costos.
- Punto de equilibrio y apalancamiento operativo.
- Análisis de presupuesto.
- Precios de transferencia.
- Gestión logística
- Segmentación de los clientes según necesidades de servicio.
- Establecimiento de redes de distribución logística.
- Gestión estratégica de las fuentes de abastecimiento.
- Dirección de marketing
- Marketing estratégico.
- Nociones de marketing de servicios e industrial.
- Marketing relacional.
- Dirección de los RR.HH.
- Sistemas reclutamiento y selección.
- Administración del desempeño.

Módulo 4: Control De Gestión

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva logística y de los procesos internos
- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: En todas las perspectivas se verá el diseño de indicadores básicos y la coherencia con la estrategia global.
- Trabajo integrador II
- Cada grupo de alumnos desarrollará y presentará un cuadro de mando aplicado a la misma empresa del primer trabajo integrador. Dicho cuadro de mando (Balanced Scorecard) permitirá
- traducir la estrategia definida en objetivos específicos e indicadores para las diferentes